92-03717/

Business Service Centres / International Trade Centres

Industry, Science and Technology Canada (ISTC) and International Trade Canada (ITC) have established information centres in regional offices across the country to provide clients with a gateway into the complete range of ISTC and ITC services, information products, programs and expertise in industry and trade matters. For additional information contact any of the offices listed below.

Newfoundland

Atlantic Place
Suite 504, 215 Water Street
P.O. Box 8950
ST. JOHN'S, Newfoundland
A1B 3R9
Tel.: (709) 772-ISTC
Fax: (709) 772-5093

Prince Edward Island

Confederation Court Mall
National Bank Tower
Suite 400, 134 Kent Street
P.O. Box 1115
CHARLOTTETOWN
Prince Edward Island
C1A 7M8
Tel.: (902) 566-7400
Fax: (902) 566-7450

Nova Scotia

Central Guaranty Trust Tower
5th Floor, 1801 Hollis Street
P.O. Box 940, Station M
HALIFAX, Nova Scotia
B3J 2V9
Tel.: (902) 426-ISTC
Fax: (902) 426-2624

New Brunswick

Assumption Place
12th Floor, 770 Main Street
P.O. Box 1210
MONCTON, New Brunswick
E1C 8P9
Tel.: (506) 857-ISTC
Fax: (506) 851-6429

Quebec

Tour de la Bourse
Suite 3800, 800 Place Victoria
P.O. Box 247
MONTREAL, Quebec
H4Z 1E8
Tel.: (514) 283-8185
1-800-361-5367
Fax: (514) 283-3302

Ontario

Dominion Public Building
4th Floor, 1 Front Street West
TORONTO, Ontario
M5J 1A4
Tel.: (416) 973-ISTC
Fax: (416) 973-8714

Manitoba

8th Floor, 330 Portage Avenue
P.O. Box 981
WINNIPEG, Manitoba
R3C 2V2
Tel.: (204) 983-ISTC
Fax: (204) 983-2187

Saskatchewan

S.J. Cohen Building
Suite 401, 119 - 4th Avenue South
SASKATOON, Saskatchewan
S7K 5X2
Tel.: (306) 975-4400
Fax: (306) 975-5334

Alberta

Canada Place
Suite 540, 9700 Jasper Avenue
EDMONTON, Alberta
T5J 4C3
Tel.: (403) 495-ISTC
Fax: (403) 495-4507

Suite 1100, 510 - 5th Street S.W.
CALGARY, Alberta
T2P 3S2
Tel.: (403) 292-4575
Fax: (403) 292-4578

British Columbia

Scotia Tower
Suite 900, 650 West Georgia Street
P.O. Box 11610
VANCOUVER, British Columbia
V6B 5H8
Tel.: (604) 666-0266
Fax: (604) 666-0277

Yukon

Suite 301, 108 Lambert Street
WHITEHORSE, Yukon
Y1A 1Z2
Tel.: (403) 668-4655
Fax: (403) 668-5003

Northwest Territories

Precambrian Building
10th Floor
P.O. Bag 6100
YELLOWKNIFE
Northwest Territories
X1A 2R3
Tel.: (403) 920-8568
Fax: (403) 873-6228

ISTC Headquarters

C.D. Howe Building
1st Floor East, 235 Queen Street
OTTAWA, Ontario
K1A 0H5
Tel.: (613) 952-ISTC
Fax: (613) 957-7942

ITC Headquarters

InfoExport
Lester B. Pearson Building
125 Sussex Drive
OTTAWA, Ontario
K1A 0G2
Tel.: (613) 993-6435
1-800-267-8376
Fax: (613) 996-9709

Publication Inquiries

For individual copies of ISTC or ITC publications, contact your nearest Business Service Centre or International Trade Centre. For more than one copy, please contact

For Industry Profiles:
Communications Branch
Industry, Science and Technology Canada
Room 704D, 235 Queen Street
OTTAWA, Ontario
K1A 0H5
Tel.: (613) 954-4500
Fax: (613) 954-4499

For other ISTC publications:
Communications Branch
Industry, Science and Technology Canada
Room 208D, 235 Queen Street
OTTAWA, Ontario
K1A 0H5
Tel.: (613) 954-5716
Fax: (613) 954-6436

For ITC publications:
InfoExport
Lester B. Pearson Building
125 Sussex Drive
OTTAWA, Ontario
K1A 0G2
Tel.: (613) 993-6435
1-800-267-8376
Fax: (613) 996-9709

Canada

(¥ 6.92 02)

INDUSTRY PROFILE

1990–1991

JEWELLERY

FOREWORD

In a rapidly changing global trade environment, the international competitiveness of Canadian industry is the key to growth and prosperity. Promoting improved performance by Canadian firms in the global marketplace is a central element of the mandates of Industry, Science and Technology Canada and International Trade Canada. This Industry Profile is one of a series of papers in which Industry, Science and Technology Canada assesses, in a summary form, the current competitiveness of Canada's industrial sectors, taking into account technological, human resource and other critical factors. Industry, Science and Technology Canada and International Trade Canada assess the most recent changes in access to markets, including the implications of the Canada-U.S. Free Trade Agreement. Industry participants were consulted in the preparation of the profiles.

Ensuring that Canada remains prosperous over the next decade and into the next century is a challenge that affects us all. These profiles are intended to be informative and to serve as a basis for discussion of industrial prospects, strategic directions and the need for new approaches. This 1990–1991 series represents an updating and revision of the series published in 1988–1989. The Government will continue to update the series on a regular basis.

Michael Wilson
Minister of Industry, Science and Technology
and Minister for International Trade

Structure and Performance

Structure

The jewellery industry is made up of manufacturers primarily engaged in producing articles made of precious metals with or without precious stones, as well as articles plated with precious metals. It also includes firms engaged in lapidary work, the cutting and polishing of diamonds and the manufacture of costume jewellery.

The jewellery industry in Canada dates back to the 17th century and derived its early impetus from Britain. Although in recent years the Canadian industry has been more inclined towards American trends, Canada has developed distinct styles which compare favourably with products of other countries.

The industry can be divided on a product basis into three subsectors: precious metal jewellery, costume jewellery and silverware. In 1989, industry shipments were $434.3 million. Precious jewellery made up approximately 74 percent of this total, while costume jewellery represented about 20 percent. The remaining 6 percent was generated in silver hollowware and flatware products. In 1989, the industry employed 5 646 people, most of whom worked in the precious jewellery subsector.

Exports reached $51 million in 1989, representing 11.7 percent of the value of shipments (Figure 1). The principal export markets were the United States ($24 million), Japan ($8.3 million) and the European Community (EC) ($7.1 million). Imports into Canada totalled $197.8 million in 1989, representing 34.0 percent of the Canadian market. Asia was Canada's prime source of jewellery imports, accounting

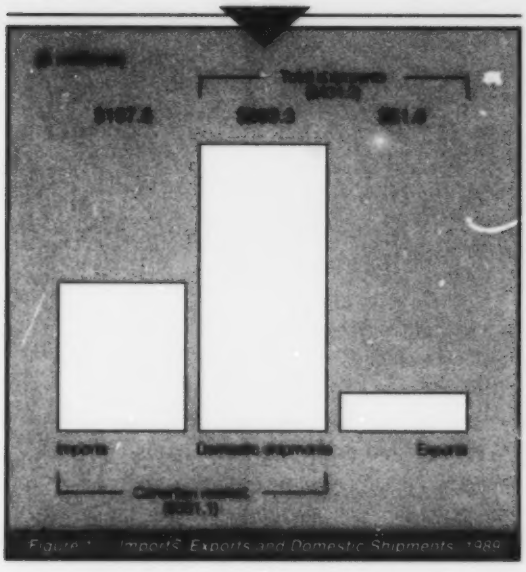


Figure 1 Imports, Exports and Domestic Shipments, 1989

for 45.2 percent of total imports, or $89 million. The EC stood second, supplying 26.1 percent of imports, while the United States accounted for 23.5 percent. In terms of products, precious metal jewellery represented 40.2 percent of imports, costume jewellery 32 percent, and the remainder consisted of silverware, goldware and stones.

Precious metal jewellery manufacturers produce primarily 10-karat, 14-karat and 18-karat gold jewellery such as rings, wedding bands, charms, pendants, earrings, bracelets and neck chains. In this subsector of the industry, disposable income is considered a significant demand factor by the final consumer, even though, within limits, price is not. Firms producing these products use three methods of manufacturing: stamping, chain making and "lost-wax" casting. The latter is a casting process whereby wax is encased in a rubber mould. When hardened, the wax "tree" is removed from the mould and plaster is poured over the wax tree mould. When the plaster dries, the mould is fired and the wax melts away, leaving a hollow cavity into which molten metal is poured.

Costume jewellery manufacturers produce a wide range of jewellery composed primarily of plated or unplated base metal and plastic. "High-end" costume jewellery is associated with quickly changing fashion trends. Consequently, colour and variety of design figure more prominently than in its "low-end" counterpart. Demand in the costume jewellery subsector is strongly influenced by price and fashion. When prices are increased, consumers either resist purchasing or upgrade their purchases to precious jewellery. Stamping and white metal casting are the major processes used by costume jewellery manufacturers.

Silverware manufacturers produce hollowware and flatware, including trays, goblets, candlestick holders and tea services. The manufacturing processes used by these firms are stamping, metal spinning and casting. Since silverware represents a small part of industry shipments, this profile concentrates primarily on the precious metal and costume jewellery subsectors.

Traditionally, the Canadian industry has been characterized by a large number of small, privately owned manufacturing operations. Of the 379 establishments in this sector in 1989, approximately 75 percent had fewer than 10 employees and accounted for about 20 percent of total shipments. Large establishments employing 100 people and more (about 2 percent of the total) accounted for roughly 25 percent of shipments. These large manufacturers produce a wide range of jewellery, both precious metal and costume. The 23 percent of firms employing between 10 and 99 people accounted for the remaining 55 percent of shipments. Jewellery operations are concentrated in Toronto and Montreal, where the majority of consumers, skilled labour and major precious metal refiners are located. About 80 percent of establishments are in Ontario and Quebec.

The jewellery industry is primarily Canadian-owned, with the majority of companies privately held and family-operated. The small amount of foreign ownership is mostly American and mainly in the costume jewellery subsector.

The major suppliers to the jewellery industry are precious metal refiners. These establishments re-refine, re-melt and roll precious metals such as gold, silver and platinum. The majority are U.S.-owned and have modern, world-scale operations. In addition, refiners are often involved in gold-lending or gold-purchasing agreements with jewellery manufacturers. These arrangements enable manufacturers to borrow gold from a refiner at a specified rate of interest. The gold is physically transferred to the manufacturer's premises. After it is processed, shipped and invoiced to the retailer, the manufacturer pays the refiner for the amounts used. The purchase price is based on the gold price at the time of the sale to the retailer. As a result, manufacturers are able to hedge against losses resulting from wild swings in gold prices. Before this practice was instituted, swings in gold prices contributed significantly to the downfall of a number of jewellery companies.

Performance

From 1983 to 1988, the number of establishments increased from 350 to 426, while the number of employees increased somewhat from 5 117 to 5 302 (Figure 2). These increases reflect the ease of entry for small-scale operations. The number of establishments, however, then fell to 379 in 1989, while employment continued to increase to 5 646, reflecting a rationalization of the industry.

Industry shipments experienced a period of stable growth from 1973 to 1979. However, 1980 and 1981 were less successful years for the industry due to the sudden and volatile fluctuations in precious metal prices. Generally, manufacturers can cope with changes in the international prices of precious metals as long as they are gradual. From 1983 to 1986, the industry once again experienced a steady growth pattern. In 1987, growth declined somewhat, recovered in 1988 and continued to improve in 1989.

Exports as a percentage of industry shipments declined from 8.7 percent in 1983 to 7.4 percent in 1986, but then jumped to 12.7 percent in 1987, 13.1 percent in 1988 and declined to 11.7 percent in 1989. In terms of products, exports of costume jewellery increased from 28 percent of total exports in 1985 to more than 52 percent in 1989. This trend reversed itself in 1990, when costume jewellery exports, primarily to the United States and Japan, declined to 39 percent. Imports, as a percentage of the apparent Canadian market, increased from 28.2 percent in 1983 to 34.0 percent in 1989. Asia has replaced the United States as the main supplier since 1985.

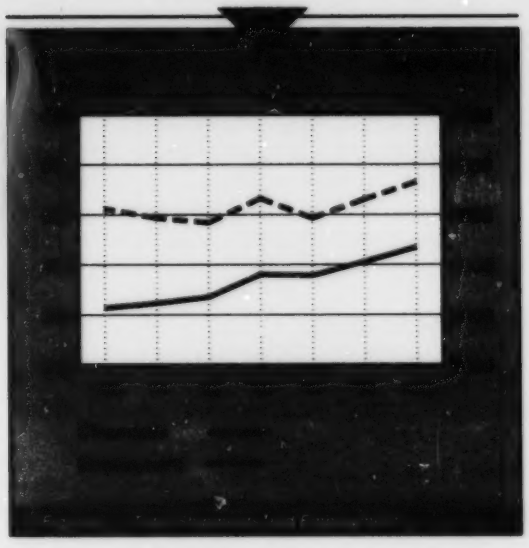
The relatively small domestic market has led to some industry rationalization, especially among the more sophisticated companies, which are moving towards vertical integration in their operations. Capital expenditures in the sector totalled $72.4 million from 1977 to 1989. Several precious metal refiners have expanded into jewellery production as a natural extension of their manufacturing activity. This trend is also occurring in other developed countries. The closer links between refiners and jewellery manufacturers may result in a more cost-efficient Canadian industry.

Industry price competition at the manufacturing level is stiff and, because of the high level of imports, profit margins are low. The large excess capacity in the industry at this time further contributes to these lower margins.

Strengths and Weaknesses

Structural Factors

The Canadian industry is competitive on world markets in the mid-priced range of machine-made precious jewellery items such as chains, pendants and earrings. Its other area of export strength is in the middle to high-end costume jewellery market, which is associated with quickly changing fashion trends. Several large firms have begun to operate on a scale that makes certain domestically produced commodity products more competitive with imports. For example, the efficiency of chain-making operations has increased greatly through the adoption of state-of-the-art equipment, so that most styles and weights can now be supplied domestically.



Similarly, many "findings" (specialized parts of jewellery such as clasps) that were formerly imported are now being produced in Canada because the acquisition of new machinery has increased Canadian capabilities.

Canadian jewellery manufacturers have been successful in adopting production methods to exploit niches in the small domestic market. In an industry that is strongly influenced by lifestyles, clothing designs and fashion changes, the production flexibility of Canada's relatively small firms has allowed them to take advantage of emerging market opportunities. This flexibility has even offset the image of craftsmanship and trendsetting design enjoyed by products from Europe and the United States. The Canadian industry is also penetrating a wider number of export markets.

In 1987, Peoples Jewellers Limited, a Canadian-controlled retailer of jewellery items and related merchandise, purchased Zale Corporation, which is the largest jewellery retailer in the United States. As a result, Peoples Jewellers now source more Canadian products in order to supply its U.S. retail operations. In addition, domestic manufacturers are selling fashion jewellery to sophisticated markets such as Japan and the United Kingdom.

The domestic market is small and almost saturated. As a result, there are few opportunities for growth based on Canadian demand. To exploit economies of scale, domestic producers need to expand their penetration of export markets, displace imports or consolidate production units.

Because the finished jewellery industry is exclusively consumer-oriented and highly dependent on fashion trends, the focus of the industry is on product design. The Canadian Jewellers Institute, through its design programs, has played a role in assisting manufacturers to be in the forefront of

fashion design. The close proximity to major North American jewellery centres, such as New York, further enables Canadian designers to be conscious of current trends.

Approximately one-half of annual precious metal jewellery sales occur during the fourth quarter of the year. The seasonality of the precious metal jewellery market is more significant than that for costume jewellery, because the precious metal products are more expensive and are often planned rather than impulse purchases.

Trade-Related Factors

Under the Canada-U.S. Free Trade Agreement (FTA), all jewellery-related tariffs are to be phased out. Commencing 1 January 1989, precious metal jewellery tariffs will be eliminated in five steps, while costume jewellery tariffs will be phased out in 10 equal, annual steps.

In 1989, most jewellery products entering Canada were subject to a Most Favoured Nation (MFN) tariff rate of between 11.0 and 13.3 percent. With respect to our major market, under the FTA, the United States tariff rates have been reduced to between 5.2 percent and 9.9 percent from the MFN rate that ranged from 6.5 percent to 11.0 percent. Tariff rates of the European Community ranged from 3.5 to 8.5 percent; those of Japan varied from 6.6 to 12.5 percent. Australia levies a 25 percent tariff.

Canada's *Precious Metals Marking Act* is not considered to be a non-tariff barrier to trade and is similar to the regulations and standards in most developed nations. Generally, these regulations define the gold, silver, platinum or palladium purity required for identifying the quality of jewellery and silverware, and are intended to give a certain degree of protection to the consumer and jeweller.

There are two basic methods of administering these regulations. Under the first, used primarily in Britain, the manufacturer sends the finished product to an officially recognized assay office. The goods are tested against required standards; if they comply, they are stamped by the assay office. The second method, used in Canada, does not require a manufacturer to mark an article. However, if a quality mark is applied to a precious metal article, the mark must be accurate within prescribed tolerances and a registered trademark must be applied. This system is enforced by government inspectors who have the authority to inspect, test and take appropriate action when necessary. Most countries with marking regulations use variations of the two systems; such variations employ different enforcement procedures and standards and can impede the international flow of trade.

Technological Factors

Technological advantages in this sector are largely derived from the reduction of labour costs through mechanization of production. A number of technological advancements have affected the industry. In June 1990, a procedure for manufacturing jewellery, referred to as "electroforming," was introduced in Canada. The procedure, developed in Germany, involves the electrolytic deposition of metal on a wax pattern. Once the electrodeposition has been completed to the desired thickness, the wax is processed out of the metal shell. This leaves a hollow form that is lighter in weight than the traditional solid jewellery pieces made through a casting process. The advantages of this procedure are that large, lightweight pieces with complex shapes and surface details can be easily produced. In addition, the relatively thin wall of metal results in less precious metal content and, therefore, a lower cost to the consumer. Electrochemical solutions and photo-etching processes are also gaining popularity as a means of reducing labour costs, which are often the only major variable costs that can really be controlled. Overall, the jewellery industry in Canada is as technologically advanced as any of its international competitors.

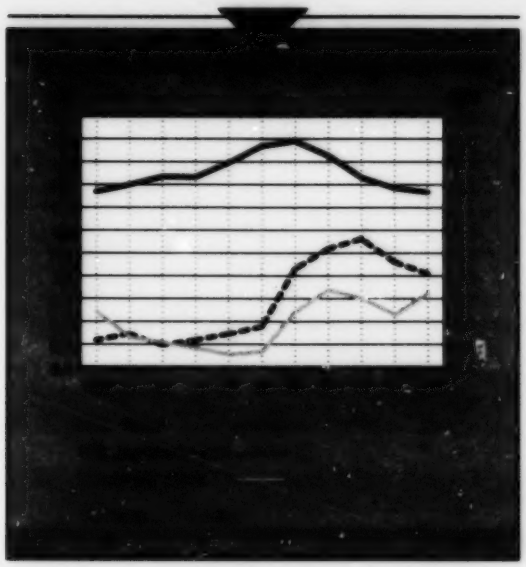
Other Factors

In recent years, the Canadian exchange rate against the U.S. dollar has given domestic manufacturers an advantage over their U.S. counterparts in several markets (Figure 3), particularly Japan, where exports increased from $2 million in 1985 to $8.3 million in 1989. However, since product design, rather than price, is a significant demand factor, precious metal jewellery and silverware are not greatly affected by exchange rate movements.

In addition to the goods and services tax (GST), domestic and imported jewellery products are subject to a 10 percent federal excise tax. Numerous representations have been made by industry associations to government, without success, to have this tax repealed.

Evolving Environment

Demand for jewellery is influenced by complex and interrelated economic, demographic and sociological factors. One factor that has been particularly significant over the past few years has been the increase in the number of women moving up in business, social and political circles. These women have increasingly more disposable income. Canadian retail studies indicate that women now are purchasing an estimated 87 percent of all precious metal jewellery in Canada and about 89 percent of all gold jewellery.



Licensing of brand names has had an impact on the marketing of jewellery in Canada. Commercial names used in jewellery products are generally those of clothing designers. Also, various well-known sports franchises have recently awarded licences to jewellery manufacturers.

Since the domestic market is almost saturated, future growth will depend on export success. In 1987, exports of precious metal and costume jewellery reached $47.9 million, which was a significant increase over the 1986 exports of $28.3 million. Exports increased again in 1988 to $53 million, decreased somewhat to $51 million in 1989 but rose again in 1990 to $55.9 million. The bulk of the increase in 1987 was due to the purchase of Zale Corporation of the United States by Peoples Jewellers of Toronto. The United States represents the major market for Canadian precious metal jewellery, while Japan is the largest market for costume jewellery.

The financial performance of the industry in the past has been greatly influenced by large fluctuations in the prices of precious metals, which in turn are sensitive to world events. It is anticipated that the industry will continue to experience unstable raw material prices in the years ahead.

The impact of the FTA on the precious metal jewellery industry is expected to be beneficial, since the reduction in tariffs will make Canadian products more competitive in the United States. However, since the United States originates many of the industry trends and fads and possesses large-scale plants, significant restructuring and rationalization in the costume jewellery subsector is anticipated.

At the time of writing, the Canadian and U.S. economies were showing signs of recovering from a recessionary period. During the recession, companies in the industry generally experienced reduced demand for their outputs, in addition to longer-term underlying pressures to adjust. In some cases, the cyclical pressures may have accelerated adjustments and restructuring. With the signs of recovery, though still uneven, the medium-term outlook will correspondingly improve. The overall impact on the industry will depend on the pace of the recovery.

Competitiveness Assessment

The Canadian industry is competitive on world markets in the mid-priced range of machine-made, precious metal jewellery items such as chains, pendants and earrings. Its other area of export strength, middle to high-end costume jewellery, particularly in the Japanese and the U.S. markets, will continue on the basis of Canadian design excellence and given current exchange rates. Recently, several Canadian jewellery manufacturers have won international design awards. This recognition can only help the industry develop and build on its high-fashion image. On the other hand, domestic low-end costume jewellery manufacturers have experienced significant import pressure.

The phasing-out of tariffs under the FTA will be beneficial to the precious metal jewellery subsector. However, the FTA is expected to increase competition in the low end of the costume jewellery subsector.

For further information concerning the subject matter contained in this profile, contact

Consumer Products Branch
Industry, Science and Technology Canada
Attention: Jewellery
235 Queen Street
OTTAWA, Ontario
K1A 0H5
Tel.: (613) 954-3104
Fax: (613) 954-3107

PRINCIPAL STATISTICS[a]

	1973	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
Establishments	265	332	350	379	393	417	380	426	379
Employment	5 996	5 181	5 117	4 931	4 838	5 321	4 927	5 302	5 646
Shipments ($ millions)	127.0	319.1	313.4	322.9	335.1	380.3	378.3	405.6	434.3
Investment[b] ($ millions)	N/A	7.8	4.7	4.0	3.9	5.4	4.0	4.2	3.6

[a]Establishments, employment, and shipments are from *Other Manufacturing Industries*, Statistics Canada Catalogue No. 47-250, annual (SIC 3921, jewellery and silverware industry).

[b]See *Capital and Repair Expenditures, Manufacturing Subindustries, Intentions*, Statistics Canada Catalogue No. 61-214, annual.

N/A: not available

TRADE STATISTICS

	1973	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
Exports[a] ($ millions)	7.0	29.7	27.4	26.4	26.5	28.3	47.9	53.0	51.0
Domestic shipments ($ millions)	120.0	289.4	286.0	296.5	308.6	352.0	330.4	352.6	383.3
Imports[b] ($ millions)	48.8	81.7	112.6	148.2	182.2	209.5	201.0	171.9	197.8
Canadian market ($ millions)	168.8	371.1	398.6	444.7	490.8	561.5	531.4	524.5	581.1
Exports (% of shipments)	5.5	9.3	8.7	8.2	7.9	7.4	12.7	13.1	11.7
Imports (% of Canadian market)	28.9	22.0	28.2	33.3	37.1	37.3	37.8	32.8	34.0

[a]See *Exports by Commodity*, Statistics Canada Catalogue No. 65-004, monthly.

[b]See *Imports by Commodity*, Statistics Canada Catalogue No. 65-007, monthly.

SOURCES OF IMPORTS[a] (% of total value)

	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
United States	41.0	40.0	36.0	11.1	13.4	29.4	23.7	23.5
European Community	30.4	28.0	29.2	25.2	24.2	25.3	28.5	26.1
Asia	21.0	23.0	27.4	38.2	40.2	43.9	43.1	45.2
Other	7.6	9.0	7.4	25.5	22.2	1.4	4.7	5.2

[a]See *Imports by Commodity*, Statistics Canada Catalogue No. 65-007, monthly.

DESTINATIONS OF EXPORTS[a] (% of total value)

	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
United States	32.0	37.2	45.3	56.9	53.6	48.8	45.5	47.4
European Community	17.0	16.0	12.2	13.8	14.5	16.1	12.2	13.9
Asia	7.0	11.0	13.4	13.7	22.4	27.9	32.6	30.2
Other	44.0	35.8	29.1	15.6	9.5	7.2	9.7	8.5

[a]See *Exports by Commodity*, Statistics Canada Catalogue No. 65-004, monthly.

REGIONAL DISTRIBUTION[a] (average over the period 1986 to 1988)

	Atlantic	Quebec	Ontario	Prairies	British Columbia
Establishments (% of total)	1.2	35.1	45.7	7.0	11.0
Employment (% of total)	X	27.2	63.2	X	4.3
Shipments (% of total)	X	25.0	65.6	X	5.8

[a]See *Other Manufacturing Industries*, Statistics Canada Catalogue No. 47-250, annual (SIC 3921, jewellery and silverware industry).
X: confidential

MAJOR FIRMS

Name	Country of ownership	Location of major plants
A & A Jewellers Limited	Canada	Scarborough, Ontario
Bijoux Continental Inc.	Canada	Montreal, Quebec
Coro (Canada) Inc.	United States	Toronto, Ontario
Jolyn Jewellery Inc.	Canada	Downsview, Ontario
Leach & Garner Gillcraft Canada Inc.	United States	Scarborough, Ontario
Libman & Co. Ltd.	Canada	Downsview, Ontario

INDUSTRY ASSOCIATIONS

Canadian Jewellers Association
Suite 1203, 20 Eglinton Avenue West
TORONTO, Ontario
M4R 1K8
Tel.: (416) 480-1424
Fax: (416) 480-2342

Canadian Jewellery Travellers Association
Suite 1203, 20 Eglinton Avenue West
TORONTO, Ontario
M4R 1K8
Tel.: (416) 480-1424
Fax: (416) 480-2342

Jewellers Vigilance Canada
Suite 1203, 20 Eglinton Avenue West
TORONTO, Ontario
M4R 1K8
Tel.: (416) 480-1452
Fax: (416) 480-2342

Silversmiths Guild of Canada
Suite 1203, 20 Eglinton Avenue West
TORONTO, Ontario
M4R 1K8
Tel.: (416) 480-1424
Fax: (416) 480-2342

Printed on paper containing recycled fibres.

Centres de services aux entreprises d'ISTC et Centres de commerce extérieur

Industrie, Sciences et Technologie Canada (ISTC) et Commerce extérieur Canada (CEC) ont mis sur pied des centres d'information dans les bureaux régionaux de tout le pays. Ces centres permettent à leur clientèle de se renseigner sur les services, les documents d'information, les programmes et l'expérience professionnelle disponibles dans ces deux Ministères en matière d'industrie et de commerce. Pour obtenir de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec l'un ou l'autre des bureaux dont la liste apparaît ci-dessous.

Terre-Neuve

Atlantic Place
215, rue Water, bureau 504
C.P. 8950
ST. JOHN'S (Terre-Neuve)
A1B 3R9
Tél. : (709) 772-ISTC
Télécopieur : (709) 772-5093

Île-du-Prince-Édouard

Confederation Court Mall
National Bank Tower
134, rue Kent, bureau 400
C.P. 1115
CHARLOTTETOWN
(Île-du-Prince-Édouard)
C1A 7M8
Tél. : (902) 566-7400
Télécopieur : (902) 566-7450

Nouvelle-Écosse

Central Guaranty Trust Tower
1801, rue Hollis, 5e étage
C.P. 940, succursale M
HALIFAX (Nouvelle-Écosse)
B3J 2V9
Tél. : (902) 426-ISTC
Télécopieur : (902) 426-2624

Nouveau-Brunswick

Assumption Place
770, rue Main, 12e étage
C.P. 1210
MONCTON (Nouveau-Brunswick)
E1C 8P9
Tél. : (506) 857-ISTC
Télécopieur : (506) 851-6429

Québec

Tour de la Bourse
800, place Victoria, bureau 3800
C.P. 247
MONTRÉAL (Québec)
H4Z 1E8
Tél. : (514) 283-8185
1-800-361-5367
Télécopieur : (514) 283-3302

Ontario

Dominion Public Building
1, rue Front ouest, 4e étage
TORONTO (Ontario)
M5J 1A4
Tél. : (416) 973-ISTC
Télécopieur : (416) 973-8714

Manitoba

330, avenue Portage, 8e étage
C.P. 981
WINNIPEG (Manitoba)
R3C 2V2
Tél. : (204) 983-ISTC
Télécopieur : (204) 983-2187

Saskatchewan

S.J. Cohen Building
119, 4e Avenue sud, bureau 401
SASKATOON (Saskatchewan)
S7K 5X2
Tél. : (306) 975-4400
Télécopieur : (306) 975-5334

Alberta

Canada Place
9700, avenue Jasper,
bureau 540
EDMONTON (Alberta)
T5J 4C3
Tél. : (403) 495-ISTC
Télécopieur : (403) 495-4507

510, 5e Rue sud-ouest,
bureau 1100
CALGARY (Alberta)
T2P 3S2
Tél. : (403) 292-4575
Télécopieur : (403) 292-4578

Colombie-Britannique

Scotia Tower
650, rue Georgia ouest,
bureau 900
C.P. 11610
VANCOUVER
(Colombie-Britannique)
V6B 5H8
Tél. : (604) 666-0266
Télécopieur : (604) 666-0277

Yukon

108, rue Lambert, bureau 301
WHITEHORSE (Yukon)
Y1A 1Z2
Tél. : (403) 668-4655
Télécopieur : (403) 668-5003

Territoires du Nord-Ouest

Precambrian Building
10e étage
Sac postal 6100
YELLOWKNIFE
(Territoires du Nord-Ouest)
X1A 2R3
Tél. : (403) 920-8568
Télécopieur : (403) 873-6228

Administration centrale d'ISTC

Édifice C.D. Howe
235, rue Queen
1er étage, tour Est
OTTAWA (Ontario)
K1A 0H5
Tél. : (613) 952-ISTC
Télécopieur : (613) 957-7942

Administration centrale de CEC

InfoExport
Édifice Lester B. Pearson
125, promenade Sussex
OTTAWA (Ontario)
K1A 0G2
Tél. : (613) 993-6435
1-800-267-8376

Demandes de publications

Pour recevoir un exemplaire de l'une des publications d'ISTC ou de CEC, veuillez communiquer avec le Centre de services aux entreprises ou le Centre de commerce extérieur le plus près de chez vous. Si vous désirez en recevoir plus d'un exemplaire communiquez avec l'un des trois bureaux suivants.

Pour les Profils de l'industrie :
Direction générale des communications
Industrie, Sciences et Technologie Canada
235, rue Queen, bureau 704D
OTTAWA (Ontario)
K1A 0H5
Tél. : (613) 954-4500
Télécopieur : (613) 954-4499

Pour les autres publications d'ISTC :
Direction générale des communications
Industrie, Sciences et Technologie Canada
235, rue Queen, bureau 208D
OTTAWA (Ontario)
K1A 0H5
Tél. : (613) 954-5716
Télécopieur : (613) 954-6436

Pour les publications de Commerce extérieur Canada :
InfoExport
Édifice Lester B. Pearson
125, promenade Sussex
OTTAWA (Ontario)
K1A 0G2
Tél. : (613) 993-6435
1-800-267-8376
Télécopieur : (613) 996-9709

Canada

(V 6.92 02)

1990–1991

BIJOUTERIE

AVANT-PROPOS

Étant donné l'évolution rapide du commerce international, l'industrie canadienne doit pouvoir soutenir la concurrence si elle veut connaître la croissance et la prospérité. Favoriser l'amélioration du rendement de nos entreprises sur les marchés du monde est un élément fondamental des mandats confiés à Industrie, Sciences et Technologie Canada et à Commerce extérieur Canada. Le profil présenté dans ces pages fait partie d'une série de documents grâce auxquels Industrie, Sciences et Technologie Canada procède à l'évaluation sommaire de la position concurrentielle des secteurs industriels canadiens, en tenant compte de la technologie, des ressources humaines et de divers autres facteurs critiques. Les évaluations d'Industrie, Sciences et Technologie Canada et de Commerce extérieur Canada tiennent compte des nouvelles conditions d'accès aux marchés de même que des répercussions de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis. Pour préparer ces profils, le Ministère a consulté des représentants du secteur privé.

Veiller à ce que tout le Canada demeure prospère durant l'actuelle décennie et à l'orée du vingt-et-unième siècle, tel est le défi qui nous sollicite. Ces profils, qui sont conçus comme des documents d'information, seront à la base de discussions solides sur les projections, les stratégies et les approches à adopter dans le monde de l'industrie. La série 1990–1991 constitue une version revue et corrigée de la version parue en 1988–1989. Le gouvernement se chargera de la mise à jour régulière de cette série de documents.

Michael H. Wilson
Ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
et ministre du Commerce extérieur

Structure et rendement

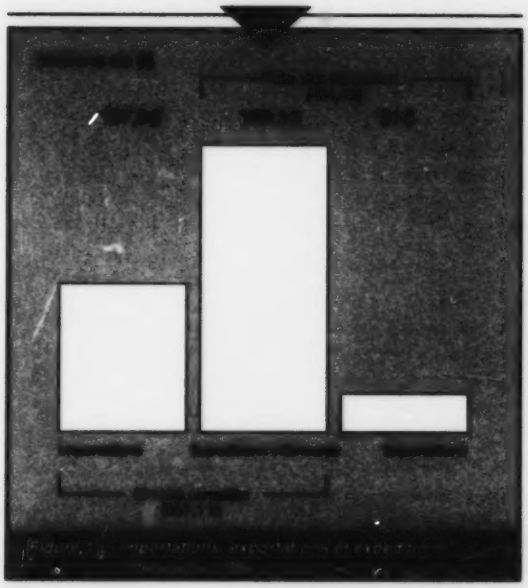
Structure

La bijouterie regroupe les entreprises s'occupant essentiellement de la fabrication d'objets en métal précieux, incrustés ou non de pierres précieuses, ainsi que d'objets plaqués de métal précieux. Elle comprend également les entreprises de taille et de polissage de pierres précieuses et de diamants, ainsi que les fabricants de bijoux de fantaisie.

Au Canada, la bijouterie remonte au XVII[e] siècle, et son essor s'inspirait, au début, des artisans britanniques. Ces dernières années, les bijoutiers canadiens avaient tendance à suivre les modes américaines, mais notre industrie a su créer ses propres styles qui soutiennent bien la comparaison avec ceux des articles fabriqués dans d'autres pays.

Cette industrie peut se diviser en trois sous-secteurs, chacun étant spécialisé dans un type d'article : la joaillerie, la bijouterie de fantaisie et l'argenterie. En 1989, la valeur des expéditions atteignait 434,3 millions de dollars. La joaillerie représentait environ 74 % de cette somme, et la bijouterie de fantaisie, 20 %. Le reste, soit 6 %, se composait d'argenterie, de vaisselle, de couverts et de plats de service. En 1989, cette industrie employait 5 646 personnes, la plupart dans le sous-secteur de la joaillerie.

Les exportations se sont chiffrées à 51 millions de dollars en 1989, soit 11,7 % de la valeur des expéditions (figure 1). Les principaux marchés d'exportation étaient les États-Unis, 24 millions, le Japon, 8,3 millions et la Communauté européenne (CE), 7,1millions. Les importations au Canada ont totalisé 197,8 millions de dollars en 1989, soit 34 % du marché canadien. L'Asie était notre principal fournisseur, avec 45,2 %



du total, soit 89 millions de dollars. La CE venait au second rang avec 26,1%, suivie des États-Unis avec 23,5 %. Parmi ces importations, il y avait 40,2 % de bijoux précieux, 32 % de bijoux de fantaisie et le reste comprenait des pièces d'argenterie, d'orfèvrerie et de pierres précieuses.

La joaillerie est la fabrication de bijoux en or de 10, 14 et 18 carats, comme les bagues, les alliances, les breloques, les pendentifs, les boucles d'oreilles, les bracelets et les chaînes de cou. Dans ce sous-secteur, le revenu disponible influe beaucoup plus que le prix sur la demande du consommateur. Les joailliers utilisent trois grands procédés de fabrication : l'estampage, la fabrication de chaînes et le coulage à la cire perdue. Ce dernier procédé exige plusieurs étapes. Il faut commencer par couler de la cire dans un moule en caoutchouc, puis l'en extraire lorsqu'elle est durcie et la recouvrir de plâtre. Une fois le plâtre séché, le contenant est chauffé et la cire fond, laissant une cavité dans laquelle le métal en fusion est versé.

La bijouterie de fantaisie se rapporte à la production de bijoux de plastique ou de métaux communs plaqués ou non. Les bijoux haut de gamme suivent les impératifs de la mode et sont beaucoup plus colorés et variés que les bijoux bas de gamme. Dans ce sous-secteur, le prix et la mode sont des facteurs importants. Si les prix montent, les consommateurs résistent à la tentation d'acheter ou optent pour un bijou précieux. Les principaux procédés de fabrication sont l'estampage et le moulage au métal blanc.

Enfin, l'argenterie englobe la vaisselle, les plats de service et les couverts en argent, notamment les plateaux, les timbales, les chandeliers et les services à thé. Les principaux procédés utilisés sont l'estampage, le repoussage et le moulage du métal. Comme l'argenterie ne représente qu'une modeste part des expéditions de cette industrie, le présent profil porte essentiellement sur les sous-secteurs de la joaillerie et la bijouterie de fantaisie.

Cette industrie canadienne a toujours été caractérisée par la présence d'un grand nombre de petites entreprises de fabrication privées. Des 379 établissements qui composaient ce secteur en 1989, environ 75 % employaient moins de 10 personnes et effectuaient environ 20 % des expéditions. Les grands établissements, qui employaient au moins 100 personnes (environ 2 % du total), assuraient environ 25 % des expéditions. Ces grandes entreprises fabriquent un large éventail de bijoux précieux et de bijoux de fantaisie. Les autres établissements, soit 23 %, qui employaient entre 10 et 99 personnes, assuraient le reste des expéditions, soit 55 % du total. Quatre-vingts pour cent des établissements sont situés en Ontario et au Québec, surtout dans les régions de Toronto et de Montréal, lieux où sont regroupés la majorité des consommateurs, la plupart des ouvriers spécialisés et les principaux affineurs de métaux précieux.

Cette industrie est surtout de propriété canadienne et comprend une majorité d'entreprises familiales et privées. Les rares entreprises étrangères, la plupart américaines, font presque toutes partie du sous-secteur de la bijouterie de fantaisie.

Les principaux fournisseurs de cette industrie sont les affineurs de métaux précieux. Ils s'occupent de refondre, d'affiner et de laminer l'or, l'argent et le platine. La majorité des entreprises d'affinage appartiennent à des intérêts américains et disposent d'installations très modernes de calibre international. En outre, les affineurs et les fabricants concluent souvent des ententes de prêt ou d'achat d'or. En vertu de ces ententes, le fabricant emprunte à l'affineur une certaine quantité d'or à un taux d'intérêt fixé d'avance et il en prend possession. Ce n'est qu'après avoir transformé cet or, et l'avoir expédié et facturé au détaillant, que le fabricant paie l'affineur pour la quantité utilisée. Le prix d'achat est basé sur le prix de l'or au moment de la vente au détaillant. De cette façon, les fabricants peuvent se protéger contre les pertes causées par les fluctuations imprévues des prix de l'or. Avant l'institution de cette pratique, ces fluctuations ont largement contribué à la faillite d'un grand nombre d'entreprises.

Rendement

Entre 1983 et 1988, le nombre d'établissements est passé de 350 à 426, tandis que celui des emplois progressait légèrement, passant de 5 117 à 5 302 (figure 2). Ces augmentations montrent qu'il s'agit d'un secteur d'accès facile aux petites entreprises. Le nombre des établissements a

cependant chuté à 379 en 1989, alors que celui des emplois augmentait à 5 646. La rationalisation des opérations dans cette industrie en est la cause.

Entre 1973 et 1979, cette industrie a vu ses expéditions croître de façon régulière. Cependant, les expéditions ont fléchi en 1980 et en 1981, en raison des brusques fluctuations du cours des métaux précieux. Dans l'ensemble, les fabricants peuvent s'adapter aux variations du cours des métaux si celles-ci sont graduelles. De 1983 à 1986, les expéditions de l'industrie ont de nouveau connu une croissance régulière. En 1987, la croissance a quelque peu ralenti, mais elle a repris en 1988 et continué en 1989.

La part des exportations dans les expéditions a baissé de 8,7 % en 1983 à 7,4 % en 1986; elle a ensuite grimpé à 12,7 % en 1987, à 13,1 % en 1988 et est descendue à 11,7 % en 1989. La proportion des exportations de bijoux de fantaisie est passée de 28 % en 1985 à plus de 52 % en 1989. Cette tendance s'est renversée en 1990, année où les exportations de bijoux de fantaisie, principalement vers les États-Unis et le Japon, ont chuté à 39 %. Quant aux importations, leur part du marché canadien est passée de 28,2 % en 1983 à 34 % en 1989. Depuis 1985, l'Asie a supplanté les États-Unis comme principale source d'importations.

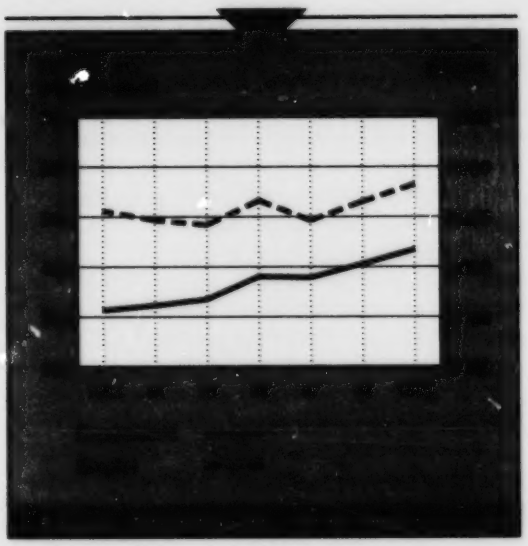
À cause de la faible envergure du marché intérieur, il a fallu rationaliser les activités, surtout dans les entreprises les plus modernes où l'intégration verticale progresse. Dans ce secteur, les dépenses de capital ont totalisé 72,4 millions de dollars entre 1977 et 1989. Au Canada comme ailleurs, plusieurs affineurs de métaux précieux se sont lancés dans la joaillerie, prolongement naturel de leur activité. Ce resserrement des liens entre affineurs et joailliers devrait accroître la rentabilité de l'industrie.

En raison de la vive concurrence, de la forte pénétration des importations et de la capacité excédentaire de l'industrie, les marges bénéficiaires des manufacturiers restent très modestes.

Forces et faiblesses

Facteurs structurels

L'industrie canadienne de la bijouterie est compétitive sur les marchés internationaux pour les bijoux précieux à prix moyen, c'est-à-dire ceux qui sont fabriqués à la machine, comme les chaînes, les pendentifs et les boucles d'oreilles. Un autre domaine d'exportation vigoureux est celui des bijoux de fantaisie de qualité moyenne et supérieure qui suit l'évolution rapide de la mode. Plusieurs grandes entreprises ont acquis une envergure qui leur permet de fabriquer aujourd'hui des produits courants capables de mieux faire face à la concurrence des importations. Par exemple, l'acquisition



de matériel ultramoderne a beaucoup accru l'efficacité des opérations de fabrication de chaînes, de sorte que la plupart des modèles et des poids sont fabriqués au Canada. En outre, de nouvelles machines ont permis la fabrication au Canada de fournitures spécialisées, comme les fermoirs, auparavant importés.

Les bijoutiers canadiens ont réussi à adopter des méthodes de fabrication qui leur permettent d'exploiter certains créneaux du faible marché intérieur. Dans ce secteur très sensible au style de vie, au design des vêtements et aux fluctuations de la mode, les fabricants canadiens ont pu, grâce à leur polyvalence liée à leur taille réduite, profiter de nouveaux débouchés. Cette polyvalence leur a même permis d'affronter avec succès la réputation de qualité et de design d'avant-garde de leurs concurrents européens et américains. L'industrie canadienne s'impose sur un nombre croissant de marchés d'exportation.

En 1987, la société Peoples Jewellers, un détaillant de bijoux et d'articles connexes, régi par des intérêts canadiens, a acheté Zale Corporation, le plus grand détaillant de bijoux aux États-Unis. Résultat : Peoples Jewellers achète maintenant plus de produits canadiens pour approvisionner ses points de vente aux États-Unis. De plus, les fabricants canadiens écoulent des bijoux de fantaisie sur des marchés reconnus pour leurs exigences, comme le Japon et la Grande-Bretagne.

Le marché intérieur, de faible envergure, a presque atteint le point de saturation. Par conséquent, la demande canadienne à elle seule ne permet guère d'expansion. Afin de réaliser des économies d'échelle, les fabricants canadiens doivent augmenter leur présence sur les marchés d'exportation, remplacer les importations ou consolider la production.

Comme la bijouterie s'adresse exclusivement au consommateur et dépend énormément de la mode, elle met l'accent sur l'originalité du design. L'Institut canadien des bijoutiers, par le biais de ses programmes de design, a aidé les fabricants à se tenir à l'avant-garde de la création de modes. La proximité des grands centres nord-américains de la bijouterie, comme New York, permet aux modélistes canadiens de se tenir au courant de la dernière mode.

Près de la moitié des ventes annuelles de bijoux s'effectuent pendant le dernier trimestre de l'année. Ce caractère saisonnier des ventes affecte plutôt les bijoux précieux que les bijoux de fantaisie, car les bijoux précieux coûtent plus cher et leur achat est plus souvent planifié que spontané.

Facteurs liés au commerce

En vertu de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis (ALE), tous les tarifs concernant les articles de bijouterie seront éliminés. Depuis le 1er janvier 1989, les tarifs sur les bijoux précieux ont commencé à être éliminés en cinq étapes, alors que les tarifs portant sur les bijoux de fantaisie disparaîtront en 10 étapes annuelles et égales.

En 1989, la plupart des articles de bijouterie importés au Canada étaient soumis au tarif de la nation la plus favorisée qui fluctuait entre 11 et 13,3 %. En ce qui concerne notre principal marché aux termes de l'ALE, les tarifs américains de la nation la plus favorisée qui séchelonnaient de 6,5 à 11 % sont descendus à un niveau qui oscille de 5,2 à 9,9 %. Les tarifs de la CE variaient de 3,5 à 8,5 % et ceux du Japon, de 6,6 à 12,5 %. Quant à l'Australie, elle imposait un tarif de 25 %.

Notre *Loi sur le poinçonnage des métaux précieux* n'est pas considérée comme une barrière non tarifaire; elle est semblable aux règlements et aux normes en vigueur dans la plupart des pays développés. En général, ces règlements définissent le degré de pureté de l'or, de l'argent, du platine ou du palladium nécessaire pour déterminer la valeur des bijoux et de l'argenterie, afin de protéger à la fois le consommateur et le bijoutier.

Il existe deux manières d'administrer ces règlements. La première, utilisée notamment en Grande-Bretagne, oblige le fabricant à envoyer ses produits finis à un bureau de garantie officiellement reconnu qui les examine selon des normes établies et les poinçonne s'ils sont conformes. Selon la seconde méthode, employée au Canada, le joaillier n'est pas tenu de poinçonner un article. Cependant, si un poinçon de qualité est gravé sur un article en métal précieux, ce poinçon doit être exact dans les limites de tolérance prescrites, et une marque de commerce déposée doit également être gravée. Ce processus est surveillé par des inspecteurs publics habilités à effectuer des examens et des tests et à prendre les dispositions qui s'imposent. La plupart des pays qui exigent le poinçonnage des bijoux ont recours à des variantes de ces deux systèmes. Ces variantes font appel à différentes normes et méthodes de contrôle; elles peuvent entraver le commerce international.

Facteurs technologiques

Dans ce secteur, les avantages technologiques proviennent largement de la mécanisation de la production qui permet de réduire les coûts de la main-d'œuvre. Un bon nombre d'innovations technologiques ont touché l'industrie. En juin 1990, on a introduit au Canada un procédé de fabrication de bijoux appelé « électroformage ». Ce procédé, inventé en Allemagne, consiste à déposer, par galvanisation, une couche de métal sur un motif en cire. Lorsque le dépôt atteint l'épaisseur désirée, la cire est extraite de la coquille métallique. On obtient ainsi une forme creuse, plus légère que les bijoux massifs et traditionnels exécutés par moulage. Grâce à cette méthode on peut fabriquer facilement des pièces volumineuses et légères, de formes complexes, et comportant des motifs très fins. En outre, l'épaisseur relativement faible du bijou permet de réduire la quantité de métal précieux et d'abaisser ainsi le prix au consommateur. D'autre part, l'industrie utilise de plus en plus les solutions électrochimiques et les procédés de photogravure pour réduire les coûts de main-d'œuvre qui sont souvent les seuls coûts importants dont les variations peuvent être contrôlées. Dans l'ensemble, la bijouterie canadienne est aussi avancée sur le plan technique que ses concurrentes des autres pays.

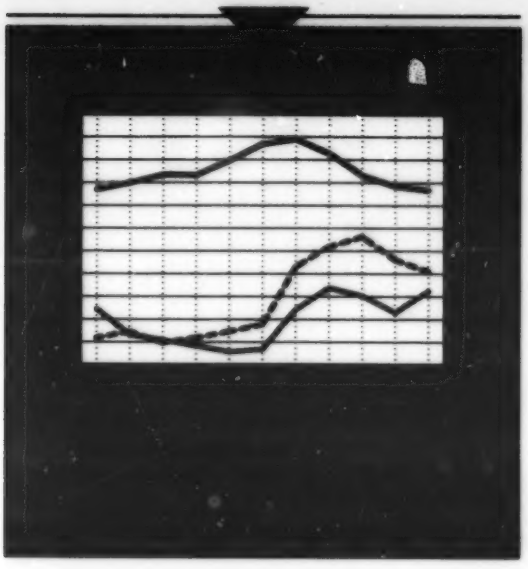
Autres facteurs

Ces dernières années, le taux de change entre le dollar canadien et le dollar américain (figure 3) a favorisé les joailliers et les bijoutiers canadiens sur un certain nombre de marchés dont le Japon. Dans ce pays, les exportations sont passées de 2 millions à 8,3 millions de dollars entre 1985 et 1989. Cependant, comme le design du produit a plus d'influence sur la demande que le prix, les bijoux précieux et l'argenterie ne sont guère affectés par les taux de change.

Outre la taxe sur les produits et services (TPS), une taxe d'accise de 10 % frappe les bijoux fabriqués au Canada, ainsi que les importations. Les associations professionnelles se sont employées en vain à convaincre le gouvernement fédéral d'exempter les bijoux de cette taxe.

Evolution du milieu

La demande de bijoux dépend d'un ensemble complexe de facteurs économiques, démographiques et sociologiques. Ces dernières années, l'un des facteurs essentiels a été l'accroissement de la participation des femmes aux activités commerciales, sociales et politiques, car le revenu disponible



de ces femmes ne cesse d'augmenter. D'après certaines études canadiennes sur la vente au détail, les femmes achèteraient maintenant 87 % de tous les bijoux en métal précieux au Canada et environ 89 % de tous les bijoux en or.

L'octroi de licences d'exploitation de marques de commerce réputées a exercé une certaine influence sur la commercialisation des bijoux au Canada. Il s'agit en général des noms de grands couturiers. De plus, certains franchiseurs bien connus du domaine des sports ont récemment accordé des licences à des fabricants de bijoux.

Comme le marché intérieur est presque saturé, la croissance future de l'industrie est liée aux exportations. En 1987, la valeur des exportations de bijoux précieux et de bijoux de fantaisie a atteint 47,9 millions de dollars, soit une hausse sensible par rapport à 1986 (28,3 millions). Les exportations ont augmenté de nouveau en 1988, s'établissant à 53 millions, puis elles ont chuté à 51 millions de dollars en 1989 pour remonter à 55,9 millions en 1990. La hausse de 1987 était surtout attribuable à l'achat de la société américaine Zale par Peoples Jewellers, de Toronto. Les États-Unis sont le marché principal du Canada pour les bijoux précieux, tandis que le Japon est notre marché le plus important pour les bijoux de fantaisie.

Dans le passé, le rendement financier de cette industrie dépendait largement du cours des métaux précieux, lequel est étroitement lié à la conjoncture internationale. Or, on prévoit que ces cours continueront de fluctuer durant les années à venir, ce qui ne saurait manquer d'affecter l'industrie.

L'ALE devrait être bénéfique pour le sous-secteur de la joaillerie, car la réduction des droits améliorera la compétitivité des bijoux canadiens sur le marché américain. Cependant, comme les États-Unis lancent bon nombre de vogues et de modes auxquelles cette industrie est très sensible, et possèdent des établissements de grande envergure, le sous-secteur des bijoux de fantaisie devrait faire l'objet d'une importante rationalisation.

Au moment où nous rédigeons ce profil, l'économie du Canada de même que celle des États-Unis montrent des signes de redressement, à la suite d'une période de récession. En plus d'avoir vu leurs carnets de commandes diminuer, les entreprises du secteur de la bijouterie ont subi des pressions sous-jacentes les incitant à une restructuration à long terme. Dans certains cas, ces pressions cycliques ont eu pour effet d'accélérer le processus d'adaptation et de restructuration. Avec les signes de relance, même s'ils sont encore irréguliers, la perspective à moyen terme va s'améliorer. L'effet du phénomène sur ce secteur industriel dépendra du rythme même de la relance.

Evaluation de la compétitivité

L'industrie canadienne de la bijouterie est compétitive sur les marchés internationaux en ce qui concerne les bijoux précieux à prix moyen fabriqués à la machine, notamment les chaînes, les pendentifs et les boucles d'oreilles. D'autre part, grâce à la qualité de ses modèles et aux taux de change actuellement favorables, notre industrie devrait conserver l'avantage dont elle a toujours joui dans le sous-secteur des bijoux de fantaisie de qualité moyenne et supérieure, notamment sur les marchés japonais et américain. Récemment, plusieurs fabricants canadiens de bijoux précieux ont remporté des prix internationaux de design. Cette reconnaissance internationale ne peut qu'aider notre industrie à développer et à exploiter sa réputation d'être à l'avant-garde de la mode. Par contre, nos fabricants de bijoux de fantaisie bas de gamme ont dû affronter une sérieuse concurrence étrangère.

L'élimination graduelle des tarifs, en vertu de l'ALE, profitera au sous-secteur des bijoux précieux, mais elle aura vraisemblablement un effet négatif sur le sous-secteur des bijoux de fantaisie de peu de valeur.

Pour plus de renseignements sur ce dossier, s'adresser à la

Direction générale des biens de consommation
Industrie, Sciences et Technologie Canada
Objet : Bijouterie
235, rue Queen
OTTAWA (Ontario)
K1A 0H5
Tél. : (613) 954-3104
Télécopieur : (613) 954-3107

PRINCIPALES STATISTIQUES[a]

	1973	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
Établissements	265	332	350	379	393	417	380	426	379
Emploi	5 996	5 181	5 117	4 931	4 838	5 321	4 927	5 302	5 646
Expéditions (millions de $)	127,0	319,1	313,4	322,9	335,1	380,3	378,3	405,6	434,3
Investissements[b] (millions de $)	n.d.	7,8	4,7	4,0	3,9	5,4	4,0	4,2	3,6

[a]Les données sur les établissements, l'emploi et les expéditions sont tirées de *Autres industries manufacturières*, nº 47-250 au catalogue de Statistique Canada, annuel, CTI 3921 (Industrie de la bijouterie et de l'argenterie).

[b]Voir *Dépenses d'immobilisations et de réparations, sous-industries manufacturières, perspective*, nº 61-214 au catalogue de Statistique Canada, annuel.

n.d. : non disponible

STATISTIQUES COMMERCIALES

	1973	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
Exportations[a] (millions de $)	7,0	29,7	27,4	26,4	26,5	28,3	47,9	53,0	51,0
Expéditions intérieures (millions de $)	120,0	289,4	286,0	296,5	308,6	352,0	330,4	352,6	383,3
Importations[b] (millions de $)	48,8	81,7	112,6	148,2	182,2	209,5	201,0	171,9	197,8
Marché canadien (millions de $)	168,8	371,1	398,6	444,7	490,8	561,5	531,4	524,5	581,1
Exportations (% des expéditions)	5,5	9,3	8,7	8,2	7,9	7,4	12,7	13,1	11,7
Importations (% du marché canadien)	28,9	22,0	28,2	33,3	37,1	37,3	37,8	32,8	34,0

[a]Voir *Exportations par marchandise*, nº 65-004 au catalogue de Statistique Canada, mensuel.

[b]Voir *Importation par marchandise*, nº 65-007 au catalogue de Statistique Canada, mensuel.

PROVENANCE DES IMPORTATIONS[a] (% de la valeur totale)

	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
États-Unis	41,0	40,0	36,0	11,1	13,4	29,4	23,7	23,5
Communauté européenne	30,4	28,0	29,2	25,2	24,2	25,3	28,5	26,1
Asie	21,0	23,0	27,4	38,2	40,2	43,9	43,1	45,2
Autres	7,6	9,0	7,4	25,5	22,2	1,4	4,7	5,2

[a]Voir *Importation par marchandise*, nº 65-007 au catalogue de Statistique Canada, mensuel.

DESTINATION DES EXPORTATIONS[a] (% de la valeur totale)

	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
États-Unis	32,0	37,2	45,3	56,9	53,6	48,8	45,5	47,4
Communauté européenne	*17,0*	*16,0*	*12,2*	*13,8*	*14,5*	*16,1*	*12,2*	*13,9*
Asie	7,0	11,0	13,4	13,7	22,4	27,9	32,6	30,2
Autres	44,0	35,8	29,1	15,6	9,5	7,2	9,7	8,5

[a]Voir *Exportations par marchandise*, nº 65-004 au catalogue de Statistique Canada, mensuel.

RÉPARTITION RÉGIONALE[a] (moyenne de la période 1986–1988)

	Atlantique	Québec	Ontario	Prairies	Colombie-Britannique
Établissements (% du total)	1,2	35,1	45,7	7,0	11,0
Emploi (% du total)	X	27,2	63,2	X	4,3
Expéditions (% du total)	X	25,0	65,6	X	5,8

[a]Voir *Autre industries manufacturières*, nº 47-250 au catalogue de Statistique Canada, annuel, CTI 3921 (Industrie de la bijouterie et de l'argenterie).
X : confidentiel

PRINCIPALES SOCIÉTÉS

Nom	Pays d'appartenance	Emplacement des principaux établissements
A & A Limitée	Canada	Scarborough (Ontario)
Bijoux Continental Inc.	Canada	Montréal (Québec)
Coro (Canada) Inc.	États-Unis	Toronto (Ontario)
Jolyn Jewellery Inc.	Canada	Downsview (Ontario)
Leach & Garner Gillcraft Canada Inc.	États-Unis	Scarborough (Ontario)
Libman & Co. Ltd.	Canada	Downsview (Ontario)

ASSOCIATIONS DE L'INDUSTRIE

Association canadienne des bijoutiers
20, avenue Eglinton ouest, bureau 1203
TORONTO (Ontario)
M4R 1K8
Tél. : (416) 480-1424
Télécopieur : (416) 480-2342

Association canadienne des représentants des bijoutiers
20, avenue Eglinton ouest, bureau 1203
TORONTO (Ontario)
M4R 1K8
Tél. : (416) 480-1424
Télécopieur : (416) 480-2342

Jewellers Vigilance Canada
20, avenue Eglinton ouest, bureau 1203
TORONTO (Ontario)
M4R 1K8
Tél. : (416) 480-1452
Télécopieur : (416) 480-2342

Silversmiths Guild of Canada
20, avenue Eglinton ouest, bureau 1203
TORONTO (Ontario)
M4R 1K8
Tél. : (416) 480-1424
Télécopieur : (416) 480-2342

Imprimé sur du papier contenant des fibres recyclées.